

ALMA MEDIA Q3 2015

Kai Telanne, toimitusjohtaja

Juha Nuutinen, talous- ja rahoitusjohtaja

23.10.2015

@AlmaMedia_IR

23.10.2015

Living
Information



Agenda

Pääkohdat

Markkinoiden kehitys

Taloudellinen kehitys

Strategia ja tulevaisuuden näkymät

Q&A



Alma Median Q3/2015 tuloskehityksen pääkohdat

Konsernin tuloskehitys odotusten mukainen

- Liikevaihto 68,0 MEUR (-3,5 %)
- Liikevoitto 7,6 MEUR (+8,2 %)
- Konsernin suhteellinen kannattavuus parantui: toimintaa on virtaviivaistettu ja heikosti kannattavasta liiketoiminnasta on luovuttu. Liikevoitto 11,1 % liikevaihdosta.
- Panostukset digitaalisten tuotteiden ja palveluiden kehittämiseen ja kasvattamiseen jatkuivat, osuus konsernin liikevaihdosta 35 %.
- Ulkomaan toiminnot tekivät hyvän tuloksen, osuus konsernin liikevaihdosta 16 %.
- Rekrytointiliiketoiminta kasvoi lähes 27 %, kannattavuus hyvä.

Suomen heikko markkinatilanne vaikeutti toimintaa kotimaassa

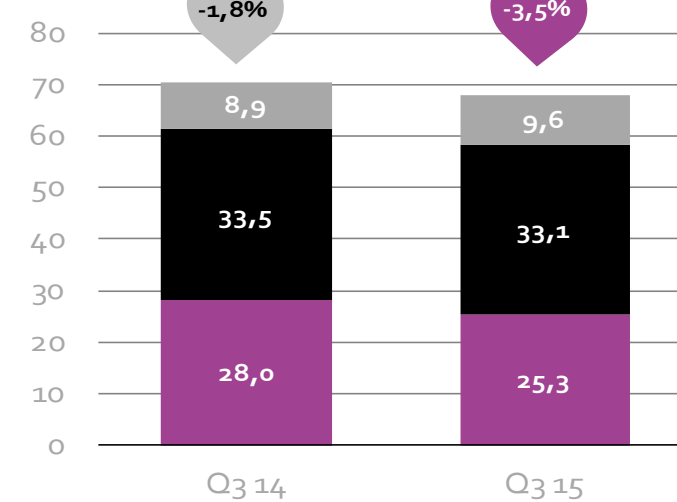
- Markkinapaikkaliiketoiminta: liikevaihto Suomessa oli viime vuoden tasolla ja kannattavuus parani kustannussäästöjen avulla.
- Talousmedia ja yrityspalvelut: kasvua toi erityisesti JM Tieto, kannattavuus oli viime vuoden tasolla. Alma360 myytiin Otavamedialle.
- Valtakunnallinen kuluttajamedia: liikevaihdon lasku jatkui, erityisesti painetussa mediassa, mutta kannattavuuden heikentyminen hidastui.
- Aluemediat: kannattavuus säilyi vuoden 2014 tasolla kustannustoiminnan sopeuttamistoimien sekä painon tehostuneen toiminnan ansiosta.

Q3 liikevaihto ja liikevoitto

- Kolmannen neljänneksen liikevaihto laski 3,5 % pääasiassa divestointien seurauksena.
- Sisältöliikevaihto laski 9,7 %
 - Digitaalisista kanavista saatavat sisältötuotot eivät riittäneet kattamaan painetun median sisältötuottojen laskua.
- Mainosmyynnin liikevaihto laski 1,2 %
 - Verkkomainosmyynti kasvoi 11,2 %.
 - Painettujen lehtien mainosmyynti laski 14,3 %.
- Liikevoitto ilman kertaluonteisia eriä kasvoi 8,2 %.
- Liikevoitto oli 6,0 milj. euroa eli 8,8 % liikevaihdosta.
 - Liikevoittoon sisältyy nettomääräisesti kertaluonteisia eriä -1,6 milj. euroa. Kirjasimme 1,4 milj. euron arvonalennuksen myytävään asiakaslehtiliiketoimintaan liittyen.
- Kokonaiskulut ilman kertaluonteisia eriä laskivat vertailukaudesta 4,5 % ja olivat 60,6 milj. euroa.

Liikevaihto, MEUR

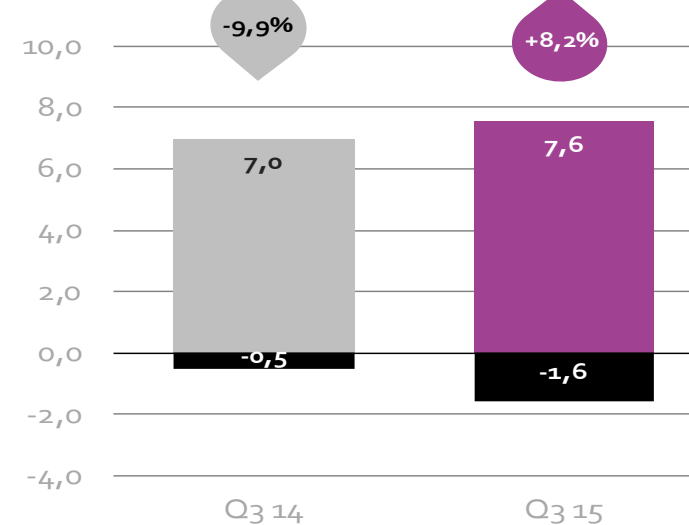
IFRS



■ Sisältöliikevaihto ■ Mainosmyynnin liikevaihto ■ Palveluliikevaihto

Liikevoitto, MEUR

IFRS

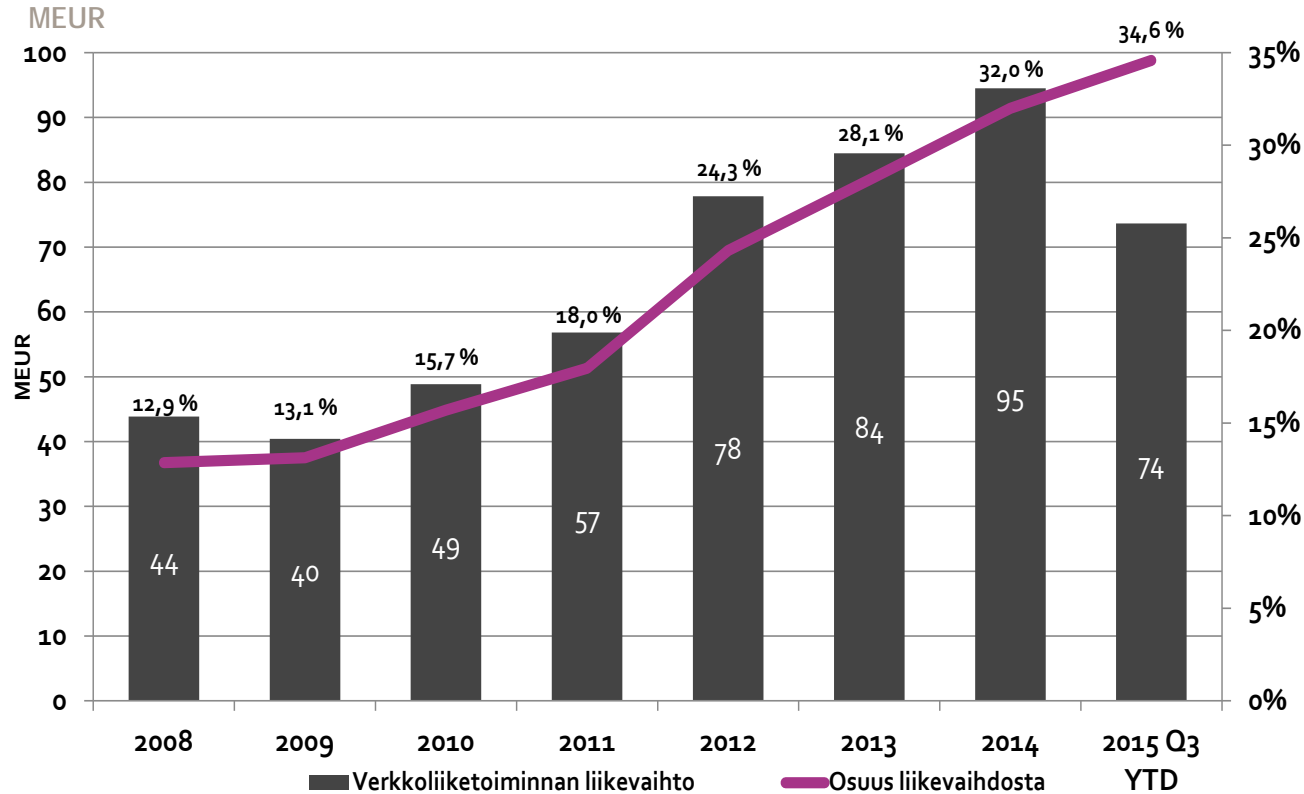


■ Kertaluonteiset erät

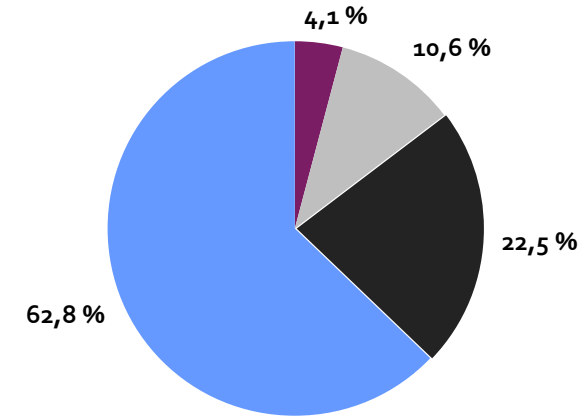


Digitaalisten tuotteiden ja palvelujen osuus liikevaihdosta kasvaa - tavoitteena edelleen kasvun kiihdyttäminen

Verkkoliiketoiminnan liikevaihto Q3:lla kasvoi 9,5%



Segmentin osuus konsernin digitaalisesta liikevaihdosta



- Aluemia
- Valtakunnallinen kuluttajamedia
- Talousmedia & yrityspalvelut
- Digitaaliset kuluttajapalvelut



Alma Media ja Talentum yhdistyvät

- Alma Media ollut jo pitkään ollut Talentumin suurin osakkeenomistaja yli 32 % omistusosuudella. Yhdistymissopimus ja Vaihtotarjouksen julkistaminen Talentumista ovat johdonmukainen askel Alma Median strategian toteutuksessa.
- Yhdistymällä
 - Varmistetaan kotimaisen laadukkaan talousjournalismin tulevaisuus ja kilpailukyky yhä kovenevassa globaalissa kilpailussa ja Suomen nähtävästi jatkuvassa heikossa taloustilanteessa.
 - Mahdollistetaan kuluttajakäyttäytymisen muutoksen ja digitalisoitumisen vaatimat investoinnit.
- Talentumin yhdistetään Talousmedia ja yrityspalvelut -liiketoimintayksikköön. Talentumin konsernitoiminnot yhdistetään Alma Median vastaaviin. Yhdistyminen ei vaikuta Alman muihin liiketoimintayksiköihin.
- Yhdistyminen vaatii tarvittavat, mm. kilpailuviranomaisten, viranomaisluvut.
- Mikäli tarjouksen ehdot täyttyvät, Alma Median tarkoituksena on lunastaa mahdolliset vähemmistöomistukset ja hakea Talentumin delistausta Helsingin Pörssistä.
- Yhdistyminen arvioidaan saatavan päätökseen H1/2016 aikana.



Vaihtotarjouksen tarjousaika alkoi 15.10.2015. Päättyy alustavasti 12.11.2015, ellei tarjousaikaa jatketa.

MARKKINAKEHITYS SUOMESSA

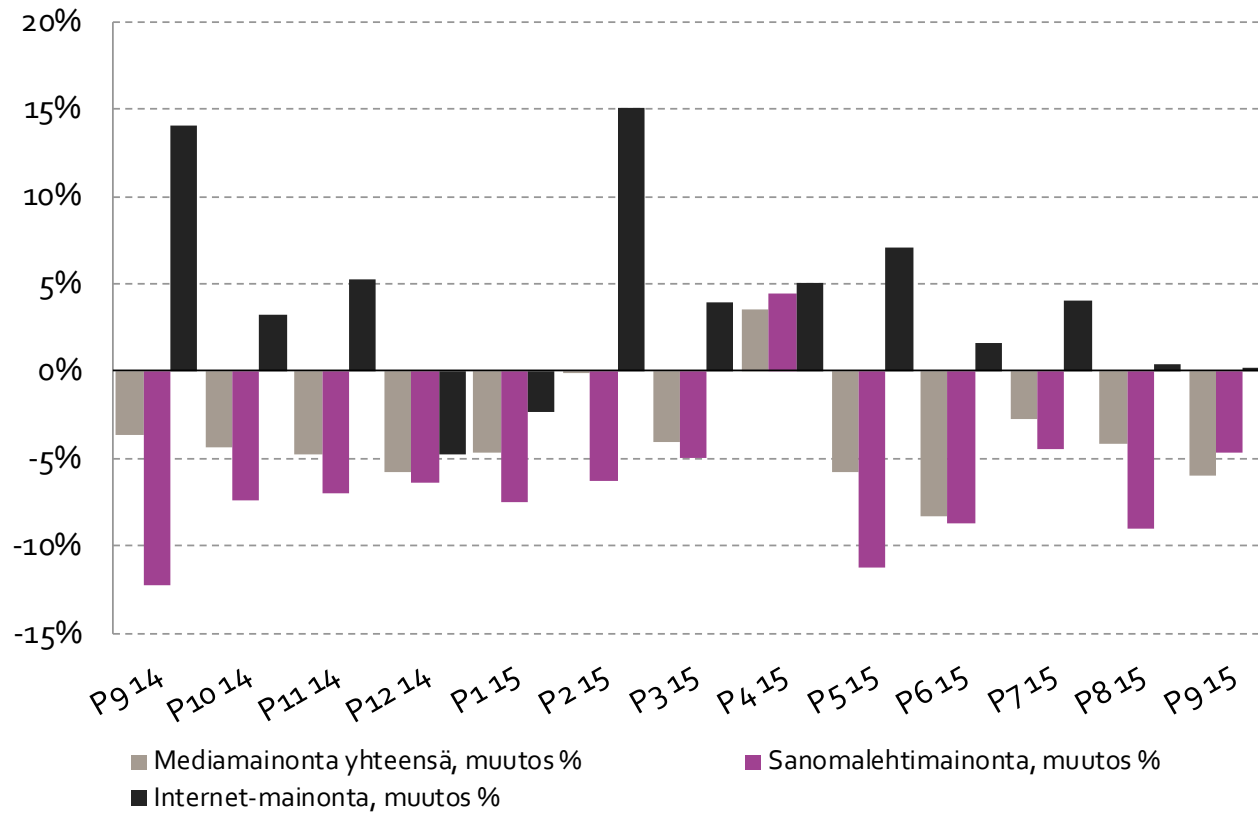
Kai Telanne, toimitusjohtaja

Living
Information

@AlmaMedia_IR

2.4.2015

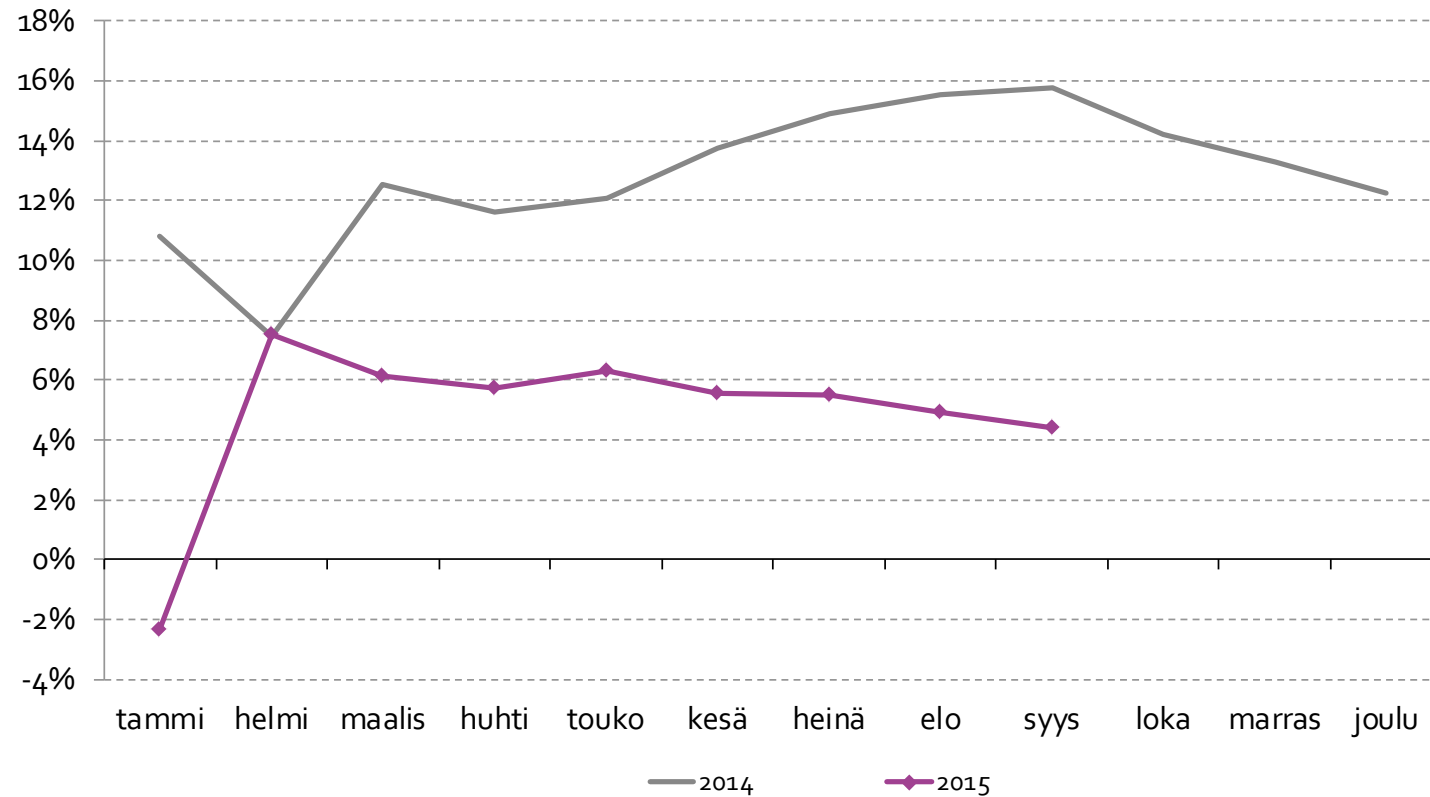
Mediamainonnan muutos 9/2014–9/2015



Lähde: TNS Media Intelligence

Verkkomainonnan kasvu hidastunut

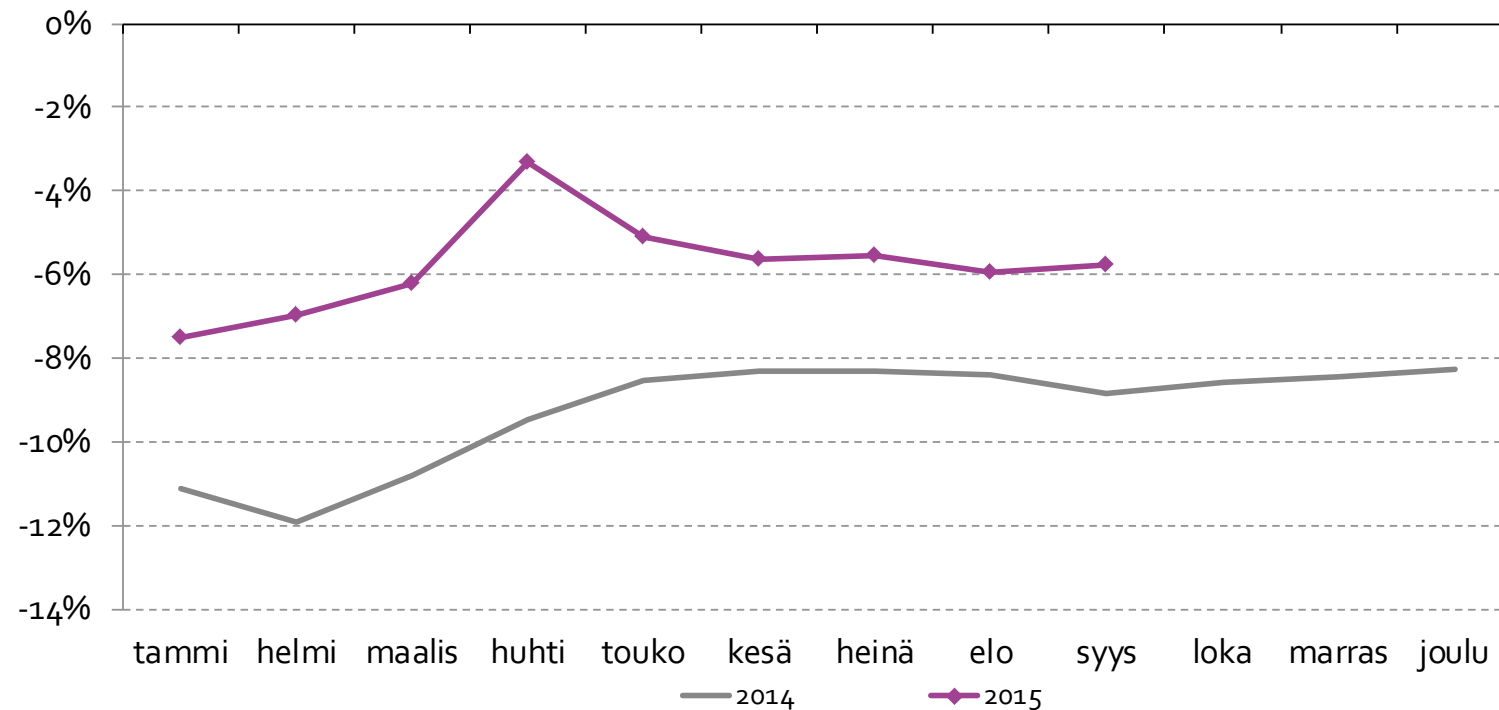
Kumulatiivinen muutos-% edelliseen vuoteen verrattuna



Lähde: TNS Media Intelligence

Sanomalehtien* mainonnan lasku tasaista

Kumulatiivinen muutos-% edelliseen vuoteen verrattuna

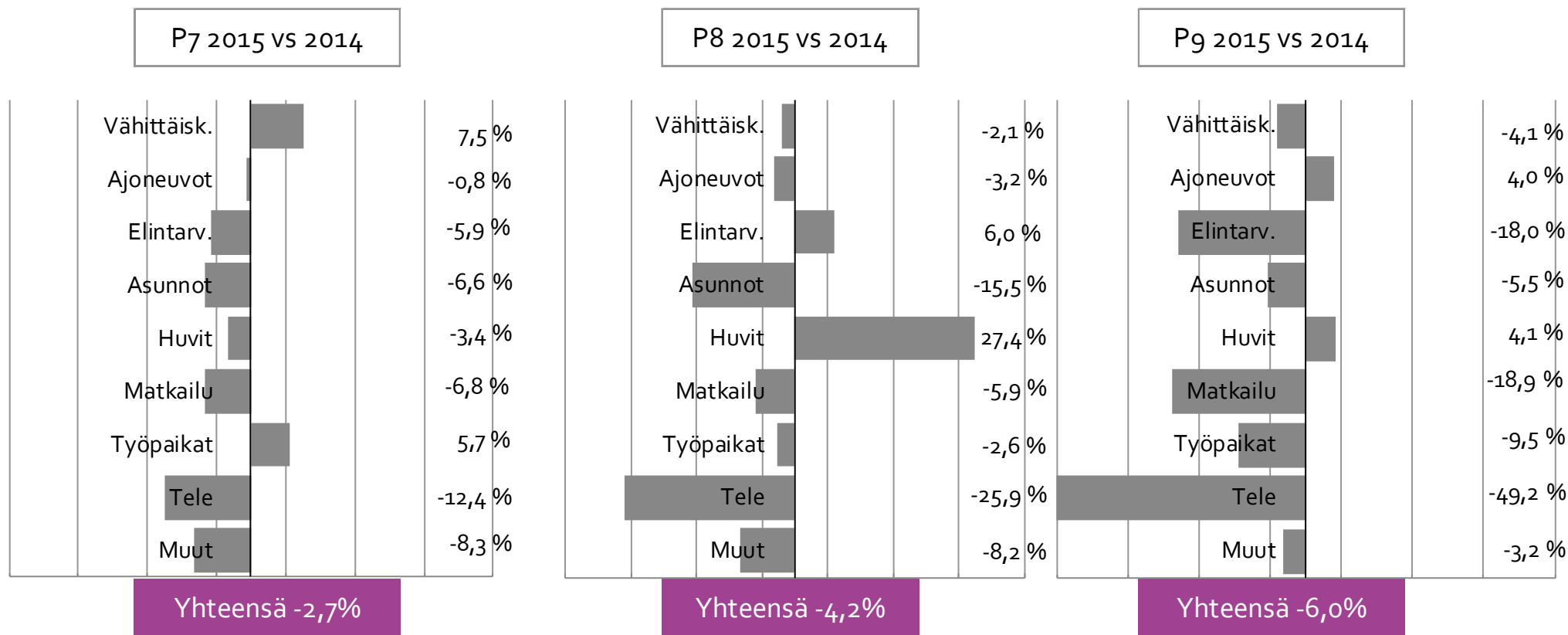


Lähde: TNS Media Intelligence

* Sanoma-, kaupunki- ja noutolehdet

Suurimmassa osassa toimialoista mainonta miinuksella

Kokonaismarkkina, muutos edellisvuoteen verrattuna



Lähde: TNS Media Intelligence

TALOUDELLINEN KATSAUS

Juha Nuutinen, talous- ja rahoitusjohtaja

@AlmaMedia_IR

EL
AL
Living
Information

Pitkän aikavälin taloudelliset tavoitteet

Alma Median taloudelliset tavoitteet	2011	2012	2013	2014	1-9/2015	Tavoitetaso
Digitaalisen liiketoiminnan kasvu	16,3 %	36,8 %	8,4 %	11,9 %	5,9 %	> 15 %
Sijoitetun pääoman tuotto ROI, %	26,1 %	13,8 %	10,0%	9,7 %	9,9 %	> 15 %
Osinkosuhte*	103 %	45 %	50 %	63 %	n/a	> 50 %

Ulkomaan liiketoimintojen merkitys Alman liikevaihdossa ja kannattavuudessa kasvoi edelleen Q3

- Suomen hidas talouskasvu painaa Alma Median kotimaan toimintojen liikevaihtoa ja kannattavuutta.

Liikevaihto, MEUR	Q3 15	Q3 14	Muutos	Muutos %
Digitaaliset kuluttajapalvelut	15,3	13,5	1,8	13,1 %
Talousmedia ja yrityspalvelut	12,5	12,2	0,3	2,3 %
Valtakunnallinen kuluttajamedia	9,9	11,5	-1,6	-13,7 %
Aluemia	31,6	34,6	-3,0	-8,7 %
Alma Media yhteensä	68,0	70,5	-2,5	-3,5 %

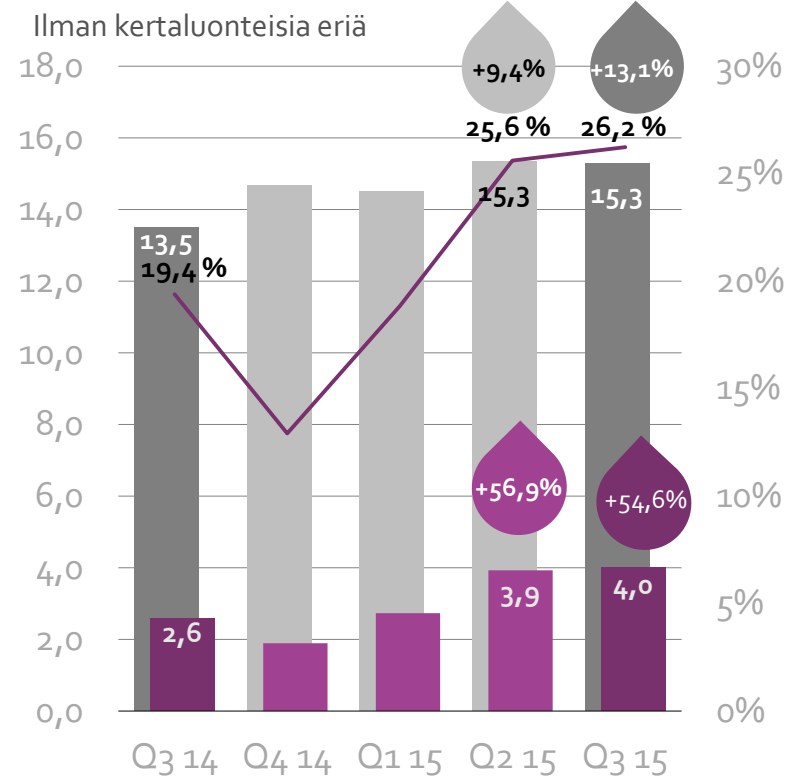
Liikevoitto, MEUR	Q3 15	Q3 14	Muutos	Muutos %
Digitaaliset kuluttajapalvelut	4,0	2,6	1,4	54,6%
Talousmedia ja yrityspalvelut	2,1	2,2	0,0	-1,4%
Valtakunnallinen kuluttajamedia	0,7	0,8	-0,1	-13,7%
Aluemia	2,7	2,6	0,1	2,1%
Alma Media yhteensä	7,6	7,0	0,6	8,2 %

Liikevoitto %	Q3 15	Q3 14	Muutos
Digitaaliset kuluttajapalvelut	26,2	19,4	6,8
Talousmedia ja yrityspalvelut	17,1	17,6	-0,5
Valtakunnallinen kuluttajamedia	6,6	6,6	0,0
Aluemia	8,6	7,7	0,9
Alma Media yhteensä	11,1	9,9	1,2

Digitaaliset kuluttajapalvelut Q3 2015: vahva kasvu jatkui ulkomailta

- Liikevaihto kasvoi 13,1 % 15,3 milj. euroon.
 - Kotimaassa liikevaihto pystyttiin pitämään edellisen vuoden tasolla vaikeasta markkinatilanteesta huolimatta.
- Rekrytointipalveluiden liikevaihto nousi 26,5 %, ja niiden osuus segmentin liikevaihdosta oli 73,9 %.
 - Vahva kasvu jatkui erityisesti itäisessä Keski-Euroopassa.
- Liikevoitto oli 4,0 milj. euroa. Katsauskaudella ei raportoitu kertaluonteisia eriä.

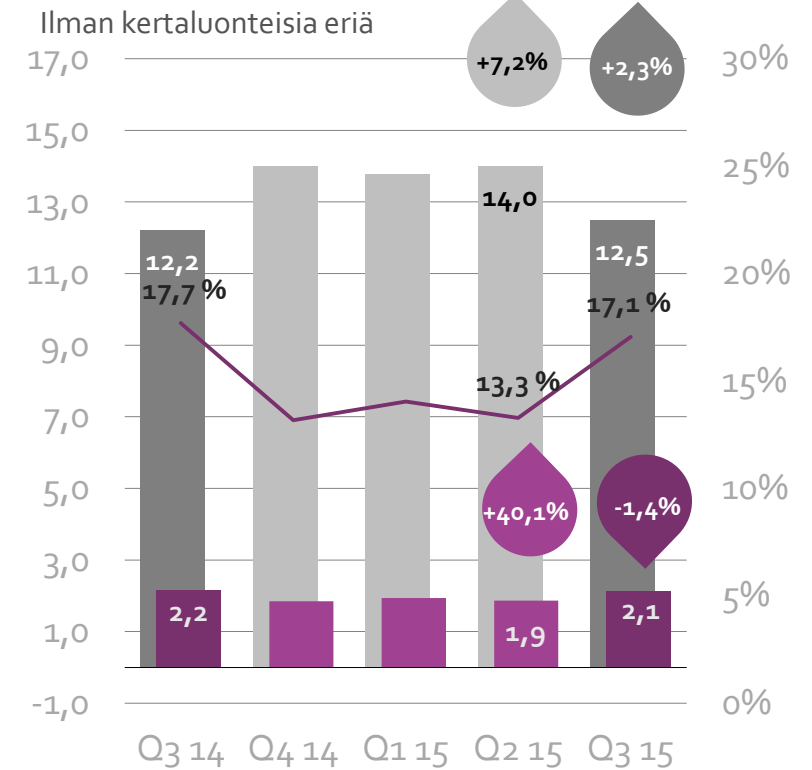
Liikevaihto ja liikevoitto,
MEUR & %



Talousmedia ja yrityspalvelut Q3 2015: kasvua toi erityisesti JM Tieto

- Liikevaihto kasvoi 2,3 % 12,5 milj. euroon.
 - Verkkoliiketoiminnan osuus oli 43,7 %.
- Sisältöliikevaihto laski 0,6 %, ja oli 4,0 milj. euroa.
 - Kauppalehden digitaaliset sisältötuotot kasvoivat 16,8 % kattaen pääosin painetun median sisältötuottojen laskua.
- Mainosmyynti laski 0,3 miljoonaa euroa ja mainosmyynti verkossa kasvoi 3,5%.
- Palvelumyynti nousi 13,5% 5,2 milj. euroon.
 - JM Tiedon vaikutus palveluliikevaihdon kasvuun 0,8 milj. euroa.
- Liikevoitto laski 1,4 % 2,1 miljoonaan euroon.
- Katsauskaudella raportoitiin 1,4 milj. euroa kertaluonteisia eriä.

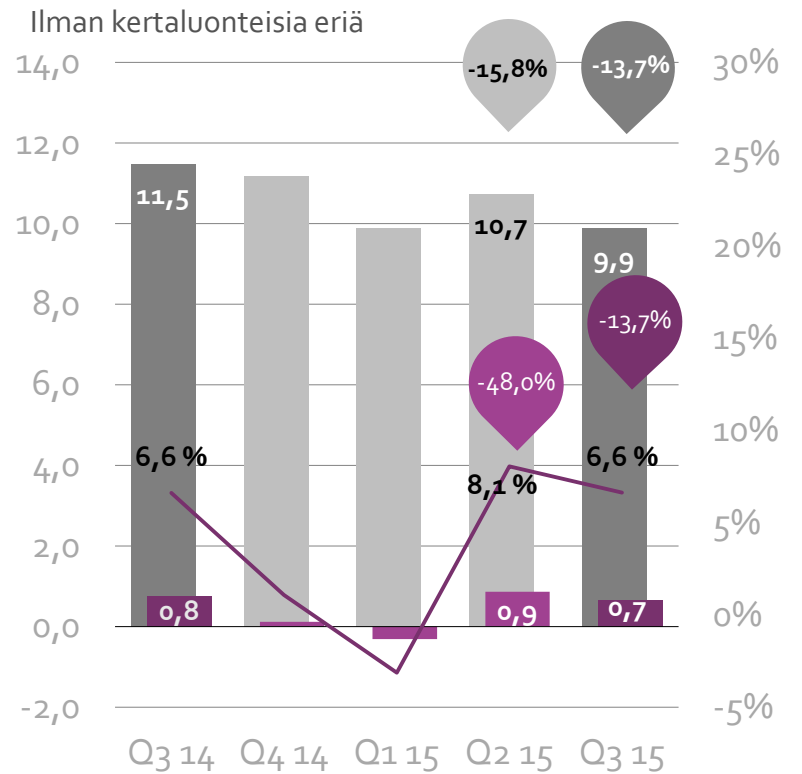
Liikevaihto ja liikevoitto, MEUR & %



Valtakunnallinen kuluttajamedia Q3 2015: mobiilimainonnassa hyvä vire

- Liikevaihto laski 13,7 % 9,9 milj. euroon.
 - Verkkoliiketoiminnan osuus segmentin liikevaihdosta oli 25,9 %.
- Sisältöliikevaihto laski 16,4 % Iltalehden levikin laskun johdosta.
- Mainosmyynti laski 9,2 %.
 - Verkkomainosmyynti laski 4,1 % display -mainonnan vähentyessä, mutta lasku hidastui mobiilimainonnan kasvun seurauksena. Myös ohjelmallinen ostaminen vähentänyt kokonaismainosmyyntiä verkossa.
 - Painetun median mainosmyynti laski 19,8 %.
- Kokonaiskulut ilman kertaluonteisia eriä laskivat 13,7 % 9,2 milj. euroon.
 - Laskuun vaikutti volyymsidonnaisten paino- ja jakelukulujen sekä sisällönhankinnan kulujen väheneminen.
- Liikevoitto laski 0,7 milj. euroon. Katsauskaudella ei raportoitu kertaluonteisia eriä.

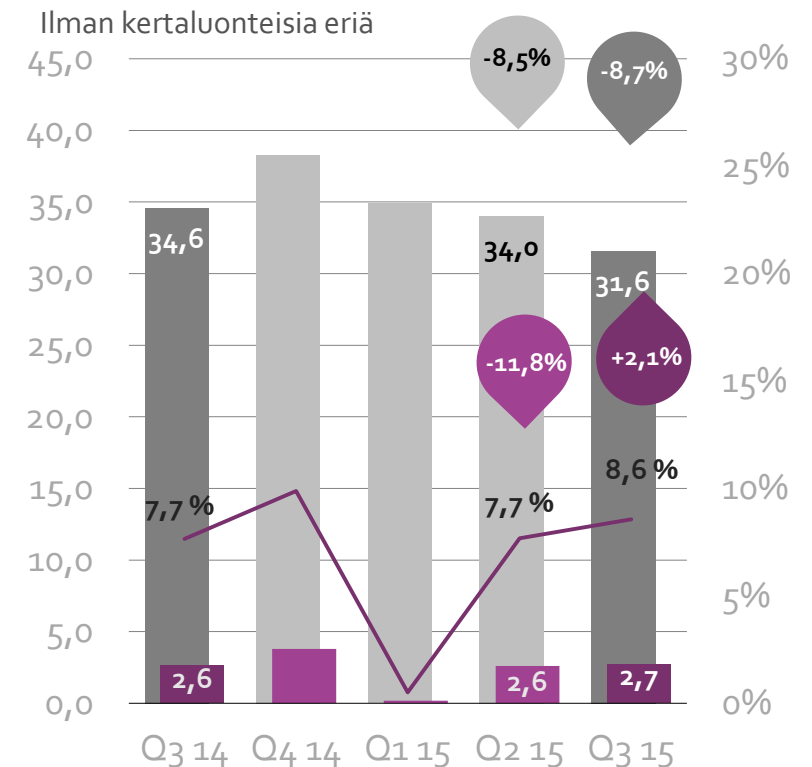
Liikevaihto ja liikevoitto, MEUR & %



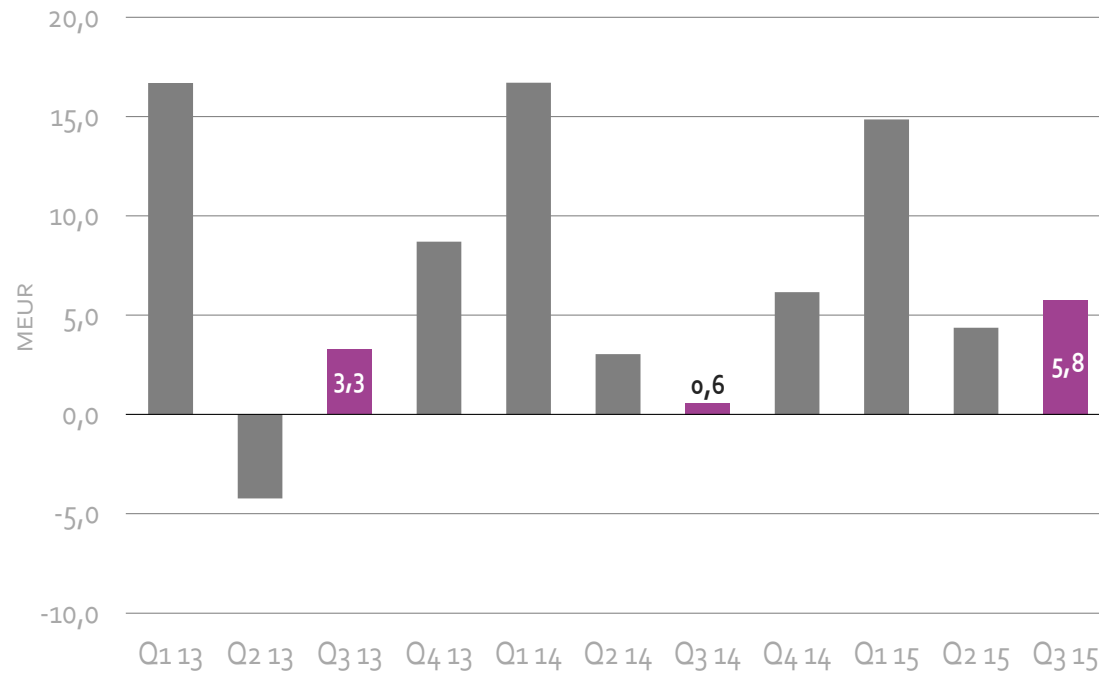
Aluemia Q3 2015: toiminnan sopeutukset ja painon ulkoinen myynti pitivät tuloksen edellisvuoden tasolla

- Liikevaihto oli 31,6 milj. euroa.
 - Verkkoliiketoiminnan osuus liikevaihdosta oli 3,2 %.
 - Myydyjen liiketoimintojen vaikutus liikevaihdon laskuun 2,8 milj. euroa.
- Sisältöliikevaihto laski 8,9 %.
- Mainosmyynti laski 12,2 %.
 - Verkkomainosmyynti kasvoi 20,2 %.
- Palveluliikevaihto kasvoi 3,3 %.
- Kokonaiskulut laskivat 29,1 milj. euroon kustannustoiminnan ja painotoiminnan tehostamistoimenpiteiden sekä Kainuun liiketoiminnan myynnin ansiosta.
- Liikevoitto ilman kertaluonteisia eriä oli 2,7 milj. euroa.

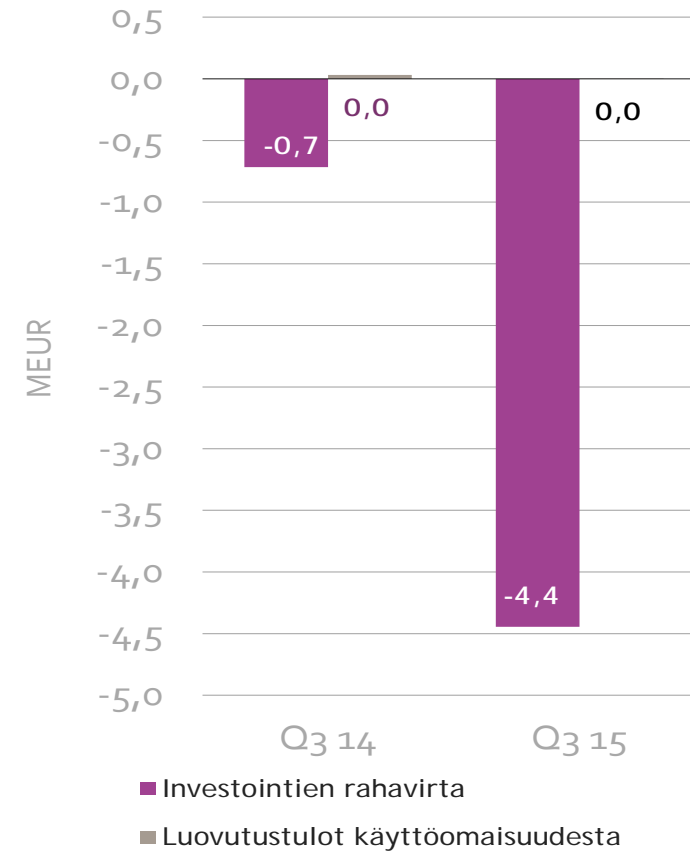
Liikevaihto ja liikevoitto,
MEUR & %



Liiketoiminnan rahavirta ja investoinnit

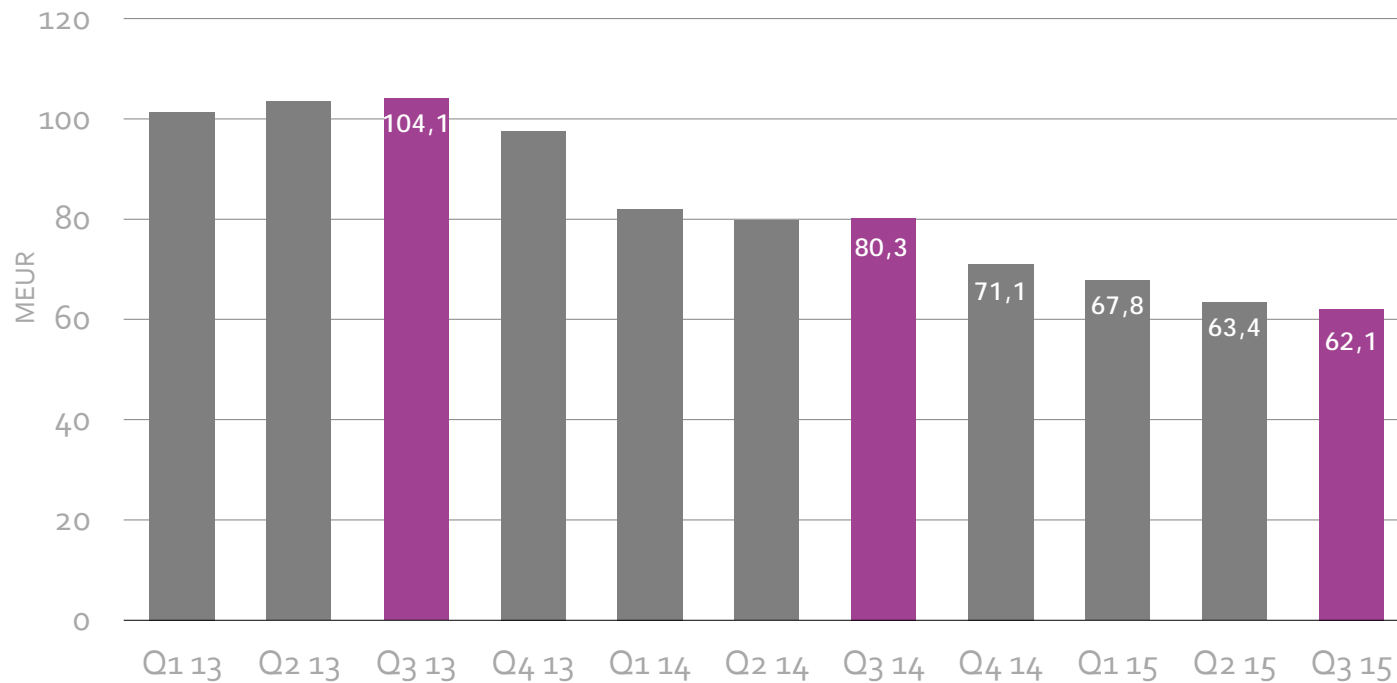


Liiketoiminnan rahavirta



Korolliset velat

Nettovelat Q1/2013-Q3/2015



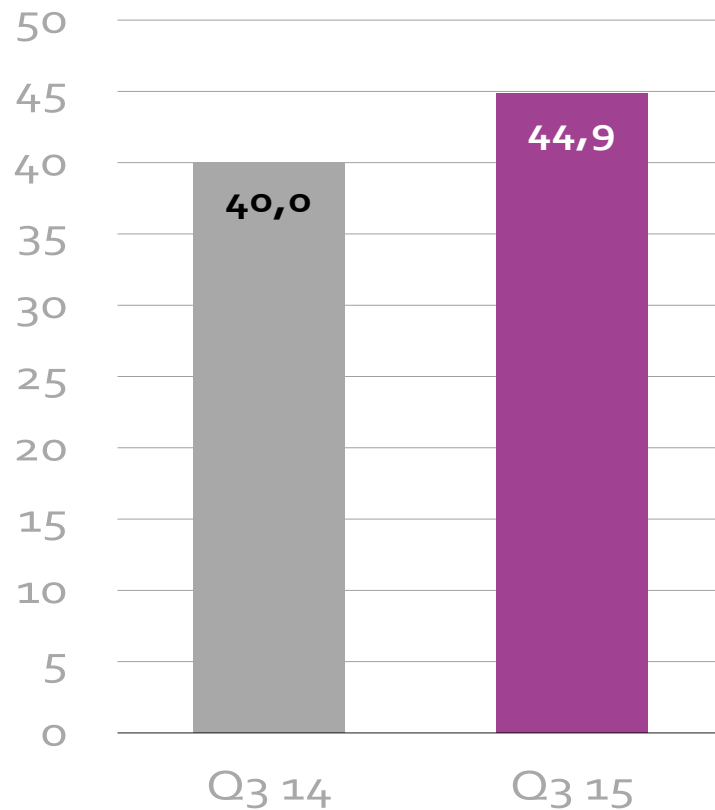
Nettovelkojen jakauma

	Q3/2015
Rahoitusleasing	66,2
Rahoituslainat	7,0
Yritystodistukset	2,0
Rahavarat	-13,1
Yhteensä	62,1

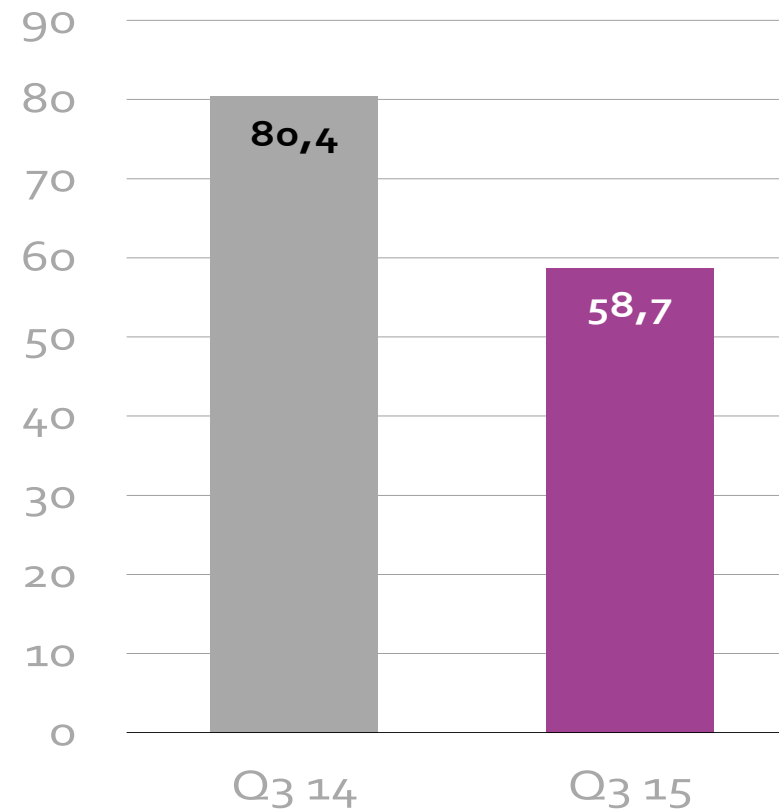
Tunnuslukuja

IFRS

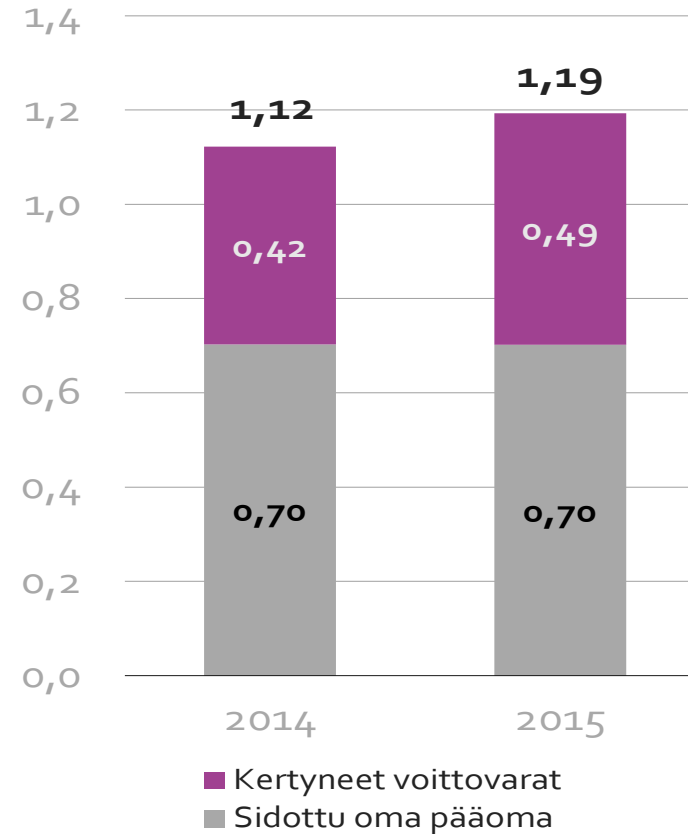
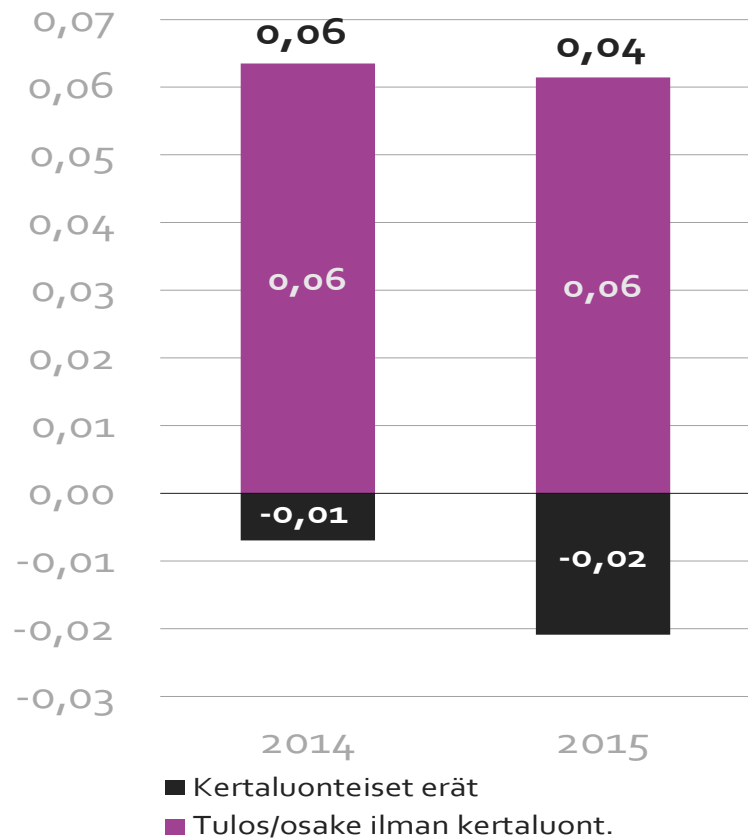
Omavaraisuusaste, %



Nettovelkaantumisaste, %



Tulos/osake ja oma pääoma/osake



Tase

MEUR	Q3 2015	Q3 2014
Aineettomat hyödykkeet	108,1	111,5
Aineelliset kom-hyödykkeet	71,5	81,8
Osuudet osakkuusyrittäistä	24,8	24,7
Vaihto-omaisuus	1,1	1,2
Saamiset	33,6	37,9
Rahavarat	13,1	10,5
Vastaavaa	252,3	267,5
Oma pääoma	105,7	99,8
Pakolliset varaukset	0,4	3,7
Eläkevelvoitteet	2,7	2,9
Korolliset velat	75,2	90,7
Korottomat velat	51,4	52,4
Lyhytaikaiset saadut ennakot	16,8	17,9
Vastattavaa	252,3	267,5

STRATEGIA JA TULEVAISUUDEN NÄKYMÄT

Kai Telanne

@AlmaMedia_IR

ELIFE

Living
Information



Strategian toteutuksen painopisteet

Monikanava-
sisällöt

Markkinointi-
ratkaisut

Digitaaliset
palvelut

Voimavarat ja
osaaminen

Rakennamme lisää valmiuksia, etsimme tehoa ja
kiihdytämme kasvua digitaalisissa
palveluissa ja mediassa.

Alma Aluemia modernisoi toimintamalliaan ja käynnisti yhteistoimintaneuvottelut

- Aluemia aloitti yt-neuvottelut toimintansa uudelleenjärjestämiseksi syyskuussa. Neuvottelut koskevat Aluemian kustannusliiketoiminnan henkilöstöä (pl. Lapin lehdet). Aluemiaan kuuluva paino- ja jakeluyhtiö Alma Manu Oy ei kuulu neuvottelujen piiriin.
- Alustavan arvion mukaan henkilökunnan määrä saattaa vähentyä enimmillään 85 henkilötyövuodella. Neuvottelujen piirissä on kaikkiaan noin 500 henkilöä.
- Tarve modernisoida lehtien toimintamallit tukemaan paremmin jatkuvasti digitalisoituvampaa mediaa. Muutoksiin ajaa myös lehtiperheen talouskehitys.
- Uudelleenjärjestelyissä tarkastellaan kaikkia toimintoja niin toimituksissa, valmistuksessa, myynnissä, asiakaspalveluissa kuin tukitoiminnoissakin.



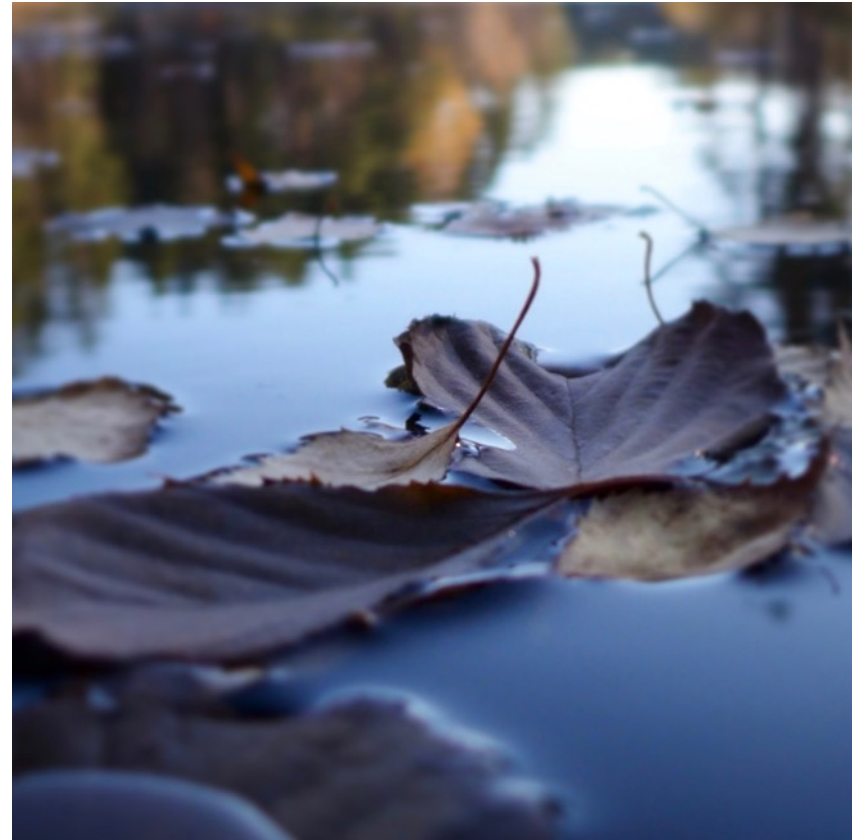
Mediamyynnin kaupallisten toimintojen uudelleenorganisointi, Alma Mediaratkaisut-organisaatio

- Tavoitteena on vahvistaa digitaalisen mainonnan ja markkinointiviestinnän ratkaisujen kehittämistyötä, avainasiakkaiden hoitoa, myynnin tukea sekä markkinointia ja myyntiä.
- Keskitetty toimintamalli mahdollistaa uusien Alma-tasoisten tuotteiden ja asiakaskohtaisten, uniikkien ratkaisujen toteuttamisen erityisesti digitaalisesti.
- Myös digimainonnan palveluja, mainonnanhallintaa ja mainonnan teknistä tukea, vahvistetaan. Tavoitteena on tukea mainonnan ohjelmallisen ostamisen kehittämistä sekä vahvistaa data- ja analytiikkaosaamista mediamyynnin tarpeisiin.
- Organisaatiomuutoksen yhteydessä Alma Diverson toiminta lakkautettiin ja henkilöstö siirtyi Alma Median muihin liiketoimintayksiköihin.



Tulevaisuuden näkymät

- Alhainen korkotaso, heikentynyt euro ja laskenut öljyn hinta parantavat kasvun edellytyksiä pitkällä aikavälillä, mutta vuoden 2015 osalta talouskasvun arvioidaan Euroopassa ja erityisesti Suomessa jäävän edelleen heikoksi. Heikko talouden kehitys vaikuttaa mainonnan määrään, jonka ei arvioida kasvavan Suomessa vuonna 2015.
- Alma Media arvioi vuoden 2015 liikevaihdon laskevan ja liikevoiton ilman kertaluonteisia eriä pysyvän samalla tasolla tai laskevan vuoden 2014 tasosta. Vuoden 2014 liikevaihto oli 295,4 milj. euroa ja liikevoitto ilman kertaluonteisia eriä 21,4 milj. euroa.



KIITOS!

Seuraava tapahtuma sijoittajakalenterissa:

- Q4-tulos 12.2.2016

